



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE SISTEMAS**

**“Sistema web para el proceso de ventas de la empresa Kayle
Merchandising”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
INGENIERA DE SISTEMAS**

AUTORA:

Br. Barrueto Gaspar, Milagros Kristell (ORCID: 0000-0002-8067-7200)

ASESOR:

Mgtr. Johnson Romero, Guillermo Miguel (ORCID: 0000-0003-0352-1971)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Sistemas de Información y Comunicaciones

LIMA – PERÚ

2021

Dedicatoria

Dedico el presente trabajo a Dios, quien me ha dado la fortaleza necesaria para salir adelante a pesar de las dificultades que se me han presentado durante la carrera así como en el aspecto familiar. A mí querida madre Irma, aquella persona que desde niña inculcó los valores y lo importante que es el estudio, por demostrarme su cariño infinito y apoyo incondicional en las decisiones elegidas, quien ahora desde el cielo guía mi camino. A mi padre Lázaro, el claro ejemplo que con esfuerzo se puede salir adelante a pesar de las adversidades y sé que está satisfecho de verme llegar hasta esta etapa de mi vida. A mi hermano Francis por aconsejarme, apoyarme y empujarme desde la niñez. A Carlos, por sus ganas infinitas de vivir y cumplir los sueños trazados, quien también me guía desde el cielo. Ellos son mi motivo de salir adelante, de esforzarme y de poder cumplir mis objetivos y metas profesionales.

Agradecimientos

En primer lugar doy gracias a Dios por darme la fortaleza y valor de poder acabar la carrera profesional. Además por protegerme durante todo el camino y darme las fuerzas para superar los obstáculos que se presentaron en mi vida. Un agradecimiento especial a mi querida madre Irma Gaspar Pacheco quien me guio por el camino correcto y su paciencia infinita. A mi padre Lázaro quien es el referente del sacrificio y de la lucha constante en el día a día. A Carlos, porque a pesar de las adversidades siempre hay un nuevo mañana para realizar lo trazado. Un agradecimiento a mi asesor Mgtr. Guillermo Miguel Johnson Romero, quien me guio con sus enseñanzas en el desarrollo de mi tesis.

Índice de contenidos

Página

Dedicatoria	ii
Agradecimientos	iii
Declaratoria de autenticidad	iv
Presentación	v
Índice de contenidos	vi
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	x
Resumen	xi
Abstract	xii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	8
III. METODOLOGÍA	21
3.1 Tipo y diseño de investigación	22
3.2 Variables y operacionalización	24
3.3 Población, muestra y muestreo	27
3.4 Técnica e instrumento de recolección de datos	30
3.5 Procedimientos	33
3.6 Método de análisis de datos.....	34
3.7 Aspectos éticos	37
IV. RESULTADOS	38
V. DISCUSIÓN	54
VI. CONCLUSIONES	56
VII. RECOMENDACIONES	58

REFERENCIAS	60
ANEXOS	66
Anexo 1: Matriz de consistencia	67
Anexo 2: Ficha técnica. Instrumento de recolección de datos	68
Anexo 3: Instrumento de investigación	69
Anexo 4: Base de datos experimental	75
Anexo 5: Resultados de la confiabilidad del instrumento	76
Anexo 6: Validación	77
Anexo 7: Entrevista	89
Anexo 8: Carta de aprobación del proyecto en la empresa	90
Anexo 9: Carta de aceptación para la recolección de datos	91
Anexo 10: Acta de implementación del sistema web en la empresa	92
Anexo 11: Autorización para la realización y difusión de resultados	93
Anexo 12: Valores de los rangos para la distribución de T de Student	94
Anexo 13: Flujograma del proceso	95
Anexo 14: Análisis en la plataforma de Turnitin	96
Anexo 15: Desarrollo de la metodología de software	97

Índice de tablas

	Página
Tabla 1: Validación de expertos para la aplicación de metodología	20
Tabla 2: Operacionalización de variables	25
Tabla 3: Dimensiones, indicadores y fórmulas	26
Tabla 4: Niveles de confiabilidad	31
Tabla 5: Correlaciones del indicador: Índice de calidad de la venta	32
Tabla 6: Correlaciones del indicador: Índice de eficacia de la venta	32
Tabla 7: Procedimientos de recolección de datos	33
Tabla 8: Medidas descriptivas de la métrica: Índice de calidad de la venta, previo y posterior al experimento	39
Tabla 9: Medidas descriptivas de la métrica: Índice de eficacia de la venta, previo y posterior al experimento	40
Tabla 10: Prueba de normalidad de la métrica: Índice de calidad de la venta, previo y posterior al experimento	42
Tabla 11: Prueba de normalidad de la métrica: Índice de eficacia de la venta, previo y posterior al experimento	44
Tabla 12: Prueba de t de Student de la métrica: Índice de calidad de la venta, previo y posterior al experimento	48
Tabla 13: Prueba de t de Student de la métrica: Índice de eficacia de la venta, previo y posterior al experimento	52

Índice de figuras

	Página
Figura 1: Muestra del índice de calidad de ventas	4
Figura 2: Muestra del índice de eficacia de ventas	4
Figura 3: Fórmula del índice de calidad de la venta	17
Figura 4: Fórmula del índice de eficacia de la venta	18
Figura 5: Diseño de estudio	23
Figura 6: Fórmula de la muestra	28
Figura 7: Fórmula de la distribución T de Student	35
Figura 8: Distribución T de Student	36
Figura 9: Valores de los rangos de la distribución T de Student	36
Figura 10: Distribución Z	37
Figura 11: Índice de calidad de la venta, previo y posterior al experimento	40
Figura 12: Índice de eficacia de la venta, previo y posterior al experimento	41
Figura 13: Distribución de datos respecto al índice de calidad de la venta, antes del experimento	43
Figura 14: Distribución de datos respecto al índice de calidad de la venta, después del experimento	43
Figura 15: Distribución de datos respecto al índice de eficacia de la venta, antes del experimento	45
Figura 16: Distribución de datos respecto al índice de eficacia de la venta, después del experimento	45
Figura 17: Índice de calidad de la venta antes del experimento	47
Figura 18: Índice de calidad de la venta después del experimento	47
Figura 19: Índice de calidad de la venta, comparativa general	48
Figura 20: Prueba t de Student: Índice de calidad de la venta	49
Figura 21: Índice de eficacia de la venta antes del experimento	51
Figura 22: Índice de eficacia de la venta después del experimento	51
Figura 23: Índice de eficacia de la venta, comparativa general	52
Figura 24: Prueba t de Student: Índice de eficacia de la venta	53

Resumen

La presente tesis detalló el desarrollo de un sistema web para el proceso de ventas de la empresa Kayle Merchandising, ya que la situación de la organización antes de la implementación del sistema web presentaba deficiencias en cuanto a la búsqueda y control de cada pedido, a su vez les dificultaba contar con un registro de los detalles sobre las personalizaciones solicitadas de los clientes. El objetivo de esta investigación fue determinar la influencia de un sistema web para el proceso de ventas de la empresa Kayle Merchandising.

Por ello, en la presente tesis, se describió los aspectos teóricos del proceso de ventas, además de la metodología a utilizar para el desarrollo del software del sistema web, en este caso la metodología adoptada fue la de OOHDM, ya que fue la que más se acomodó a las necesidades para el desarrollo web. La presente investigación fue de tipo aplicada, de diseño pre-experimental y de enfoque cuantitativo. Se contó con una población de 249 pedidos totales para el indicador de índice de calidad de la venta y 148 quejas recibidas para el indicador de índice de eficacia de la venta, los cuales fueron estratificados según fechas en 20 agrupaciones. El muestreo fue probabilístico aleatorio simple. La técnica de recolección de datos fue el fichaje y su instrumento fue la ficha de registro, los cuales fueron validadas por tres expertos.

La implementación del sistema web para el proceso de ventas de la empresa Kayle Merchandising permitió incrementar el índice de calidad de la venta del 48.21% al 79.37% y a su vez incrementar el índice de eficacia de la venta del 41.17% al 70.00%. Los resultados mencionados permitieron llegar a la conclusión de que el sistema web mejoró el proceso de ventas de la empresa Kayle Merchandising.

Palabras clave: Web, ventas, calidad, eficacia, personalización, OOHDM.

Abstract

This thesis detailed the development of a web system for the sales process of the Kayle Merchandising company, since the situation of the organization before the implementation of the web system presented deficiencies in terms of the search and control of each order, at its own expense. It was sometimes difficult for them to keep track of the details about customer requested customizations. The objective of this research was to determine the influence of a web system for the sales process of the company Kayle Merchandising.

Therefore, in this thesis, the theoretical aspects of the sales process were described, in addition to the methodology to be used for the development of the web system software, in this case the methodology adopted was that of OOHDM, since it was the most accommodated the needs for web development. The present investigation was of applied type, of pre-experimental design and of quantitative approach. There was a population of 249 total orders for the sales quality index indicator and 148 complaints received for the sales efficiency index indicator, which were stratified according to dates in 20 groups. The sampling was simple random probability. The data collection technique was the registration and its instrument was the registration form, which were validated by three experts.

The implementation of the web system for the sales process of the Kayle Merchandising company allowed to increase the sales quality index from 48.21% to 79.37% and in turn increase the sales efficiency index from 41.17% to 70.00%. The aforementioned results allowed us to conclude that the web system improved the sales process of the Kayle Merchandising company.

Keywords: Web, sales, quality, efficiency, merchandising, OOHDM.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE SISTEMAS

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, GUILLERMO MIGUEL JOHNSON ROMERO , docente de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "SISTEMA WEB PARA EL PROCESO DE VENTAS DE LA EMPRESA KAYLE MERCHANDISING", cuyo autores son MILAGROS KRISTELL BARRUETO GASPAS, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 25 de julio del 2021

Apellidos y Nombres del Asesor	Firma
GUILLERMO MIGUEL JOHNSON ROMERO DNI: 06128282 ORCID: 0000-0003-2300-1017	Firmado digitalmente por JOROMEROC el 25-07-2021 10:26:53